



DER ALTERNATIVE HANDEL

**ZUR POLITISCHEN VERORTUNG DES ALTERNATIVEN KAFFEEHANDELS. VERGANGENHEIT,
GEGENWART UND ZUKUNFT DES ALTERNATIVEN HANDELS IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN
POLITISCHEM ANSPRUCH UND ÖKONOMISCH-PRAKTISCHEN UMSETZUNGSPROBLEMEN**

EIN ARBEITSPAPIER

FEBRUAR 2001

el rojito Große Brunnenstraße 74, 22763 Hamburg

Tel.: 040/390 68 98 Fax: 040/390 45 12

kaffee@el-rojito.de

www.el-rojito.de

1 Einleitung	3
2 Zur Geschichte des alternativen Handels und zur Geschichte El rojitos	4
<i>2.1 Die Welt-Laden-Bewegung</i>	<i>5</i>
<i>2.2 Die Geschichte el rojitos</i>	<i>7</i>
3 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv, gegen die Macht der Kaffeekonzerne, gerechter Tausch	8
<i>3.1 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv</i>	<i>8</i>
<i>3.1.1 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv bei uns</i>	<i>8</i>
<i>3.1.2 Selbstverwaltung /politisches Kollektiv bei den Handelspartnern</i>	<i>11</i>
<i>3.2 Gegen die Macht der Kaffeekonzerne</i>	<i>12</i>
<i>3.3 Gerechtigkeits- statt Gewinnorientierung</i>	<i>13</i>
4 Direktimport, Mehrpreis und Vorfinanzierung	14
<i>4.1 Direktimport</i>	<i>14</i>
<i>4.2 Mehrpreis</i>	<i>15</i>
<i>4.3 Vorfinanzierung</i>	<i>18</i>
5 Spende	20
6 Besser Handeln	20

1. Einleitung

Seit Mitte 1998 haben wir in mehreren Plenumsitzungen verschiedene Aspekte unserer Arbeit diskutiert. Ziel unserer Diskussionen waren Gruppenpositionen zu Teilaspekten des „alternativen Handels“ und seiner politischen Bedeutung zu entwickeln. Dadurch soll es möglich gemacht werden, unseren Handel politisch innerhalb der sich 'hier' und 'dort' verändernden Rahmenbedingungen besser einzuordnen. Gleichzeitig sollte uns dadurch klarer werden, welche Aspekte unserer Handelspraxis welche Priorität für uns haben.

Wir glauben, daß diese Überlegungen auch für andere interessant sind, die sich intensiver mit der Thematik „fairer“ und „alternativer“ Handel beschäftigen.

Der alternative Kaffeehandel läuft Gefahr, im Spannungsfeld zwischen Anspruch und Wirklichkeit seinen unverwechselbaren Charakter zu verlieren, wenn er versucht, die existierenden Widersprüche durch den Abwurf von politischem Ballast und eine Annäherung an die Handelspraxis „der Kommerziellen“ zu überwinden. Die Diskussionen in diese Richtung sind in vollem Gange, werden jedoch eher aus dem Bauch heraus geführt und entbehren nicht einer gewissen Ratlosigkeit. Die bestehenden Probleme lassen sich jedoch nur konstruktiv lösen, wenn von einer Position aus argumentiert wird, die sich darüber im Klaren ist, was alternativ-politischer Handel heute und in Zukunft heißen soll und hinter welche unabdingbaren Kriterien und Positionen nicht zurückgegangen werden darf.

Der Kaffeehandel von el rojito und anderen Gruppen sollte ein Mittel zur politischen Mobilisierung für und Information über die Auseinandersetzungen in Nicaragua und den damit zusammenhängenden weltwirtschaftlichen und weltpolitischen Kontext sein. Nach der Wahlniederlage der SandinistInnen sollte der Kaffee als „Weltmarktprodukt“ und die mit dem Handel verbundenen Kontakte zu „Akteuren in der Dritten Welt“ in eine Informationsarbeit eingebunden werden, die hieran beispielhaft internationalistische Themen konkretisiert. Gleichzeitig diene die spezielle Handelspraxis dazu, politische Stellung zu beziehen und eine unterstützenswerte Alternative zur Handelspraxis der Kaffeekonzerne aufzuzeigen, ohne jedoch den Anspruch zu vertreten, auf diese Weise weltwirtschaftliche Strukturen umkrempeln zu wollen oder zu können.

Der so verstandene Kaffeehandel, scheint sich seit einiger Zeit in einer doppelten Krise zu befinden:

Einerseits zeigen die negativen Erfahrungen der letzten Jahre, daß die Beziehungen zu den Handelspartnern und der als alternativ verstandene Umgang mit ihnen nicht unbedingt auf Gegenseitigkeit beruhen. Die unmittelbaren ökonomischen Interessen überwiegen die (politisch-moralischen) Verpflichtungen, die aus der alternativen Handelspraxis erwachsen (sollten). Man fühlt sich von den Handelspartnern „nicht ernst genommen und betrogen“. Die (auch) politische Auswahl der Handelspartner und der Handelspraxis, die immer etwas mit der Unterstützung bestimmter ProduzentInnen in den Auseinandersetzungen in Nicaragua zu tun hat (Landfrage, Koops), und mit dem Anspruch verbunden ist, „auf der Seite der ProduzentInnen“ zu stehen, gerät in Konflikt mit den ökonomischen Notwendigkeiten, die der Handel erfordert.

Andererseits werden die Absatzmärkte in der BRD umkämpfter. Die „ethischen und fairen“ Handelsprodukte konnten eine immer noch expandierende Marktnische erobern, deren Potential politische Weichspüler wie Transfair gut zu nutzen verstehen. Zwar ist der politische Charakter unseres Kaffees immer noch ein wichtiges Unterscheidungskriterium in der Konkurrenz zu anderen Anbietern. Dieser Charakter wird aber nicht zuletzt durch die widersprüchliche Entwicklungen in Nicaragua und im Verhältnis zu den Handelspartnern immer schwerer vermittelbar.

Sowohl die schwierige Beziehung zu den Handelspartnern als auch die schrumpfenden Umsätze werden zur Zeit dahingehend diskutiert, die Handelspraxis von „überzogenen“ Ansprüchen zu entlasten. Das würde in der Folge zu einer Annäherung an die Praxis anderer Alternativhändler bzw. der kommerziellen Anbieter führen. Das muß nicht nur negativ sein, sollte aber gut durchdacht werden und in seinen Einzelheiten vermittelbar sein.

1 Zur Geschichte des alternativen Handels und zur Geschichte El rojitos

In diesem Abschnitt werden die beiden Wurzeln des alternativen Kaffeehandels dargestellt: die Bewegung der 3. Welt Läden und die Solidaritätsbewegung mit Nicaragua. Die Welt-Laden-Bewegung wird als erste dargestellt, weil hier schon seit der Entstehung Welthandel und mögliche Alternativen im Zentrum von Diskussionen und Praxis stehen, während sich el rojito erst langsam in diese Richtung entwickelt hat.

1.1 Die Welt-Laden-Bewegung

Die "Aktion 3. Welthandel" (A3WH) ist Anfang der 70er Jahre als Protestbewegung gegen die ungerechten Strukturen des Welthandels entstanden. Aus der Kritik am bestehenden Welthandel ist somit der "Alternative Handel" entstanden. Dieser versucht innerhalb des bestehenden ungerechten, unsozialen und menschenverachtenden (Welt-)Wirtschaftssystems beispielhaft zu zeigen, wie die ökonomischen Rahmenbedingungen verändert werden sollten, um den Menschen in den sogenannten Entwicklungsländern positive Perspektiven zu eröffnen. Hierzu ist der "Alternative Handel" in drei Bereichen aktiv:

1) Warenverkauf

Auf dem gesamten Handelsweg zwischen ProduzentInnen und EndverbraucherInnen werden Prinzipien wie gleichberechtigte Mitbestimmung aller beteiligten Gruppen, Transparenz von Entscheidungen und Preiskalkulationen sowie allgemeine Prinzipien der Sozial- und Umweltverträglichkeit angestrebt.

2) Informationsarbeit und Bewußtseinsbildung

3) Politische Aktionen

Ziel ist die Beeinflussung der öffentlichen Meinung, die Mobilisierung kritischer KonsumentInnen und eine Veränderung des Konsumverhaltens¹.

Als Unterschiede zum Konzept des "Fairen Handels" lassen sich benennen:²

Das Konzept "Fairer Handel" beschränkt sich darauf, Kriterien für die Auswahl der ProduzentInnen und die Handelsbedingungen aufzustellen und zu kontrollieren. Es setzt bei den ProduzentInnen an. Sie bekommen höhere Preise. Der Vertrieb und Verkauf erfolgt wie üblich:

"Transfair (...) hat es sich zur Aufgabe gemacht, die benachteiligten Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern und ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. (...) Ziel von Transfair ist es nicht, milde Gaben aus dem reichen Norden an den armen Süden zu verteilen. Ziel von Transfair ist es vielmehr, den Erzeugern von qualitativ hochwertigen Produkten einen Fairen Lohn für ihre harte Arbeit zu bezahlen"³.

¹ Broschüre: "Konvention der Weltläden" Oktober 1996, S.2-5

² Broschüre: "Konvention der Weltläden" Oktober 1996, S.7; Diskussionspapier: "Kriterien für alternativen Handel", Februar 1996, S.5

³ Broschüre: "Eine Idee hat Erfolg", Transfair, o. J., S.8

Das Konzept "Alternativer Handel" geht deutlich darüber hinaus. Hier gelten Kriterien für den gesamten alternativen Handelsweg von den ProduzentInnen bis zu den Weltläden. Gewinne kommen nicht den Großkonzernen zugute.

Diese Kriterien sind:

- Sozial- und Umweltverträglichkeit;
- Transparenz;
- Organisationsform, die eine ausreichende Mitbestimmung aller Mitarbeitenden gewährleistet;
- Non-Profit, d.h. daß "ein Kennzeichen des Alternativen Handels ist es, daß die Gewinnmaximierung kein Ziel ist. Dies wird verstanden als die Unterordnung aller anderen Aspekte unter das Ziel des größtmöglichen Gewinns. Dagegen wenden wir uns mit unserem Handelsmodell";
- Informations- und Bildungsarbeit;
- Kontinuität⁴.

Unter den Slogans "Gerechtigkeit statt Almosen", "Hilfe durch Handel" und "Hilfe zur Selbsthilfe" sollten diese Verhältnisse (ein klein wenig) verändert werden. Zwar zeigen sich auch in diesem Bereich Widersprüche, etwa indem die Marktausdehnung zugunsten einer ökonomischen Unterstützung einer größeren Anzahl von Kleinbauerngruppen auf Kosten der inhaltlich-politischen Arbeit geht⁵. Trotzdem bleibt in diesem Bereich (zumindest bei den Läden, die sich immer noch als politisch handelnde Akteure verstehen) das Aufzeigen, Kritisieren und Angreifen von Herrschaftsstrukturen, die vom Norden ausgehend die Ausbeutung und Unterdrückung von Menschen im Süden stabilisieren und perpetuieren ein zentraler Bestandteil der Arbeit und ein zentrales Abgrenzungskriterium zum Ansatz von Transfair, der sich im reinen Mitteltransfer erschöpft und die Ursachen für die schlechte Situation der unterstützten KleinproduzentInnen gar nicht oder nur bruchstückhaft benennt (Papier von Martin vom Weltladen Bonn).

⁴ Broschüre: "Konvention der Weltläden" Oktober 1996, S.7-21

⁵ 20 Jahre AG3WL in: Weltläden aktuell, März 1995; Nr.58

1.2 Die Geschichte el rojitos

Der alternative Kaffeehandel von el rojito hat nicht innerhalb der Bewegung der Dritte Welt Läden seine Wurzel, sondern in der politischen Parteinahme für die nicaraguanische Revolution. Diese originär politische Ausrichtung war zumindest der Intention nach internationalistisch geprägt, d.h.: Über die Solidaritätsarbeit sollten auch politische Veränderungen in den Zentren möglich gemacht werden. Perspektivisch wurzelte dieser Ansatz in der Erkenntnis, daß Nicaragua nur eine Überlebenschance hätte, wenn eine Verschiebung der politischen Kräfteverhältnisse in den Zentren eine aggressive Konfrontationspolitik gegenüber diesem Land unmöglich gemacht hätte. Darüber hinaus bildete die Überzeugung, daß "Befreiung nur international" sein kann, den übergeordneten Rahmen: Die Ermöglichung zunehmender Selbstbestimmung des eigenen Lebens wurde in Nicaragua mit der Revolution ein gutes Stück vorangetrieben und auch hier in der BRD sollte und konnte man sich in gesellschaftliche Auseinandersetzungen einklinken, die ein selbstbestimmteres Leben zum Ziel hatten. Das Ziel (Selbstbestimmung) wurde (zumindest in einem Teil der Solibewegung und nur um den geht es hier) ebenso als gemeinsames begriffen, wie auch die Kräfte, die diesem Ziel (in welcher konkreten Ausprägung auch immer) entgegenstanden: Mächtige Kapitalinteressen und die staatliche Gewalt zur Durchsetzung derselben.

Für das Selbstverständnis der Gruppe el rojito hieß dies, mit dem Kaffeeladen einen Beitrag zum Aufbau eigener Strukturen hier zu leisten, um Veränderungen erreichbar werden zu lassen und sich zugleich als Teil einer größeren politischen Bewegung in der BRD zu begreifen, in deren Kontext man agierte und die es mit anderen Bewegungen in anderen Ländern zu vernetzen galt.

Wenn es auch aufgrund dieser unterschiedlichen Entstehungsgeschichten relativ wenig Kommunikation mit der Bewegung der Dritte Welt Läden gegeben hat, so sind doch einerseits von Anfang an einige zentrale Aspekte der Praxis dieser Bewegung übernommen worden (Produkte als Transportmittel politischer Inhalte; Direktimport; Mehrpreise; Kritik an Konzernen; Transparenz des Handels). Andererseits spielten die zentralen Bezugspunkte der Debatten im alternativen Handel ("Hilfe durch Handel; "bessere" Integration der ProduzentInnen in den Weltmarkt), obwohl de facto praktiziert, keine Rolle bei der Entscheidung el rojitos, mit Kaffee zu handeln. Im Vordergrund stand die politische und ökonomische Unterstützung der nicaraguanischen Revolution. "Es wurde nicht der 'Gepaweg' über die Kaffeebohne zur Schilderung der jeweiligen Situation gewählt, sondern der

Kaffeehandel war Mittel zum Aufbau von Strukturen hier und Quelle der finanziellen Unterstützung der Revolution". Man könnte wohl anschließen, daß die Motivation des Handels nicht so sehr in der ökonomischen Unterstützung "der armen Kleinbauern" gesehen wurde, sondern vor allem als ein Stück praktizierte Solidarität mit fortschrittlichen Bewegungen und ProduzentInnen. Dementsprechend organisierte el rojito sich nicht in der A3WH, sondern mit anderen Gruppen im Adelante e.V., der die MITKA (Mittelamerikakaffee Import) GmbH als Importgesellschaft gründete. In dieser Organisationsform versprach man sich eine größere Chance der Umsetzung der eigenen politischen Ziele.

2 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv, gegen die Macht der Kaffeekonzerne, gerechter Tausch

Neben den Elementen des Alternativen Handels, die wir in den Abschnitten 4 und 5 diskutieren, gibt es auch ein gewisses ideologisches Fundament⁶ - die Kritik am real existierenden Kapitalismus - ohne die sich der alternative Handel nicht verstehen läßt. Einzelne Elemente sind dabei genauer zu beschreiben.

2.1 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv

In der Organisationsform der am Handel beteiligten und der politischen Grundorientierung in Richtung auf Beteiligung der Einzelnen in Wirtschaft und Staat sehen wir heute ein - jedenfalls potentiell - verbindendes Element zwischen den Handelnden drüben und hier.

2.1.1 Selbstverwaltung/ politisches Kollektiv bei uns

El rojito ist nicht als selbstverwalteter Betrieb ins Leben gerufen worden, sondern als politisches Kollektiv, das in Selbstverwaltung auch mit Kaffee handelt. Die politische Arbeit und die politische Funktion der Gruppe stand eindeutig im Zentrum der Selbstwahrnehmung und (zumindest am Anfang) der Aktivitäten. Der ökonomische Bereich wurde als Anhängsel gesehen, das unterstützend auf die beabsichtigten politische Ziele wirkte. Folgerichtig, wurde die Kaffeehandelei weitgehend ehrenamtlich abgewickelt und dies war auch ein expliziter politisch motivierter Anspruch: Der Kaffeeverkauf hatte für Nicaragua Geld zu beschaffen

⁶ Das ließe sich natürlich auch als „Grundwerte“ bezeichnen, wär aber auch nichts anderes.

und in der BRD eine Alternative gegenüber den Kaffeekonzernen aufzuzeigen, diente hier also als argumentative Unterfütterung einer politischen Kampagne.⁷

Je stärker sich jedoch im Laufe der Entwicklung die Eigendynamik und Zwänge des ökonomischen Teils des Projekts bemerkbar machen, desto mehr verändert sich diese Selbstwahrnehmung. Je stärker die politischen Inhalte und das politische Umfeld sich veränderten bzw. wegbrachen, desto stärker wurden die ökonomischen Aspekte des Kaffeehandels wahrgenommen, desto stärker verschob sich die Perspektive und v.a. auch die alltägliche Routine hin zu einem selbstverwalteten Betrieb: Der Kaffeehandel wird auch als Möglichkeit der ökonomischen Absicherung von Mitgliedern der Gruppe gesehen; der Zusammenhang, den die Gruppe über das ökonomische Projekt des selbstverwalteten Betriebes erhält, wurde als positiv für den Zusammenhalt der politischen Gruppe *el rojito* gesehen.

Während das Konzept des politischen Kollektivs zwar nicht immer und über alle anstehenden Entscheidungen Gruppenebatten und -konsense verlangt, hat sich durch die Professionalisierung des Handels bei *el rojito* doch stärker eine Betriebsstruktur entwickelt, in der einige den Laden schmeißen und nur noch wichtige (Handels)Entscheidungen von allen diskutiert und getroffen werden.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, daß die Form unserer Organisation immer auch in Verbindung zu der Absicht stand, eigene Strukturen hier in Hamburg aufzubauen, die uns zumindest ein Stück weit dem Ziel, Gesellschaft nach unseren Vorstellungen zu verändern, näherbringen sollten. Hier zeigt sich auch eine Verbindung zu unserer Unterstützung von Kooperativen in Lateinamerika:

„Eine einseitige und ausschließlich auf Handel ausgerichtete Arbeit bleibt folgenlos. Wenn der Ausdruck von linker Wirtschaftspolitik in Lateinamerika die Kooperativenbewegung ist, wie ist unsere Vorstellung? Da geraten wir doch schnell ins Schwimmen. Die Form unserer Organisation ist das Kollektiv“ (*Selbstdarstellung Mitte der 90er*).

Was unter dem Begriff des Kollektivs zu verstehen sei, ist kontrovers diskutiert worden.

Obwohl es in diesem Punkt keinen abschließenden Konsens gegeben hat (und es stellt sich die Frage, inwieweit ein solcher Konsens über einen Begriff überhaupt notwendig ist) gibt es

⁷ Damals wäre wohl jeder Gedanke, in der Handelei eine ökonomische Alternative für die Gruppenmitglieder zu sehen Ketzerei gewesen, wie die Stellungnahme der Hamburger zu den Berlinern zeigt, wo man glaubt, sich noch für eine bezahlte Stelle entschuldigen zu müssen.

doch zentrale Charakteristika unserer Organisationsform, die für uns von zentraler Wichtigkeit sind:

Grundbedingungen, denen die Organisation in unserer Gruppe folgen sollte sind:

1. Die Organisationsform der Gruppe sollte sich am Ziel orientieren, daß alle so viel wie möglich, v.a. aber die wichtigen Entscheidungen mitbestimmen können. Wichtige Fragen sind jene, die irgend jemand für wichtig hält. Daher sollte es ein Vetorecht geben. Dieses Ziel ist Ausdruck unseres Anspruchs, sowohl die Utopie im Kleinen zu leben und gesellschaftliche Veränderungen hier zu bewirken (die Organisationsform als Demonstrationseffekt nach außen), als auch mit Handelspartnern zu kooperieren, die in ihrer Struktur auch ein hohes Maß an Selbst- und Mitbestimmung zulassen (zumindest theoretisch). Dies von anderen zu fordern und selbst nicht einzuhalten, wäre unglaublich.

2. Die Gruppe el rojito sollte kein Dach unterschiedlicher Organisationsformen der einzelnen Mitglieder sein. Vielmehr bildet sie für alle einen verbindlichen Rahmen, innerhalb dessen es eine Form der Gruppenorganisation gibt.⁸ El rojito sollte deshalb den Charakter einer Bezugsgruppe für die Einzelnen haben, d.h. jeder sollte sagen können „ich bin Teil dieser Gruppe“.

3. Es ist nicht denkbar, daß Handel und Politik organisatorisch vollständig getrennt werden. Diese beiden Bereiche machen den Charakter und die Basis des gesamten Projekts aus und gehören somit zusammen.

Es wurde betont, daß der Handel sich nicht verselbständigen dürfe, indem die angeblich gemeinsamen Debatten zum Handel zu Expertenrunden degenerieren - von Selbst- oder Mitbestimmung keine Spur. Da die Verantwortungsbereiche des Handels aufgrund der begrenzten Kapazitäten unserer Gruppe nicht gleichmäßig auf alle Gruppenmitglieder verteilt werden können, muß über die Plenumsstruktur sichergestellt werden, daß der Handel einen ähnlichen Raum wie die politisch inhaltliche Debatte einnimmt und somit alle an den (zentralen) Diskussionen zu diesem Bereich teilhaben können (wie qualifiziert auch immer).

Fazit: Es gibt keine zwangsläufige Übereinstimmung zwischen Form und Inhalt. Daß es in unseren basisdemokratischen Strukturen auch dergestalt zugeht, ist immer wieder einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Die Organisationsform unserer Gruppe ist ein Kompromiß zwischen den Funktionsanforderungen, die aus dem Kaffeehandel erwachsen und unseren

⁸ So ist es nicht möglich, daß Leute sich nicht für den Handel interessieren, aber unter dem Dach von el rojito z.B. Anitfa-Arbeit machen wollen.

politischem Anspruch, daß unsere Gruppe für die Mittuenden ein Höchstmaß an Transparenz und Mitbestimmung erlauben sollte. Für uns steht das Interesse der Mittuenden an einer Organisationsform, in der sich alle wohl fühlen, an oberster Stelle. Inwieweit dadurch auch Demonstrationseffekte nach außen gegeben werden, ist sekundär und eher zufällig. Wir gehen nicht mit unserer Art der Organisierung in der "Szene" oder anderswo hausieren. Wenn es diesen Außeneffekt gibt, dann v.a. als eine weitere Erfahrung, wie schwierig es ist, politisches und ökonomisches Handeln in einer Gruppe unter einen Hut zu bringen.

Wir sehen auf jeden Fall diese (schwierige) Verbindung von Handel und Politik als einen konstitutiven Bestandteil des alternativ-politischen Handels. Jede Form der Organisierung, die den ökonomischen Teil zu einem bloßen Ressourcenbeschaffer für eine (abgekoppelte) politische Arbeit macht, verabschiedet sich von dieser Verbindung, in der wir gerade das Neue, das Andere im Vergleich zur übrigen "Wirtschaftswelt" sehen.

2.1.2 Selbstverwaltung /politisches Kollektiv bei den Handelspartnern

In der Geschichte unseres Handels mit den Wurzeln in der Nicaragua-Solidarität ist ein sehr hoher Anspruch an unsere HandelspartnerInnen, eine hohe Identifikation mit ihnen und eine Legitimation durch sie angelegt. Diese Erwartungen und Projektionen sind im Laufe der Zeit mehrfach enttäuscht worden. Anfangs wollten wir die Revolution unterstützen, dann gesellschaftsverändernde Bewegungen, inzwischen sind wir bei ländlichen Kooperativen und Kollektiven angelangt, die wir bei ihrem Kampf um Selbstbehauptung und -bestimmung unterstützen und bei denen wir ein Potential für Gesellschaftsveränderung erkennen.

Hat auch in diesem Punkt eine Verminderung der Ansprüche stattgefunden, bleibt es doch bei bestimmten Anforderungen an die Handelspartner: Es muß sich um Kooperativen mit demokratischen Strukturen handeln, die den Mitgliedern Mitbestimmung sichern. LohnarbeiterInnen, die in der Erntezeit unverzichtbar sind, sollten nach (bisher noch nicht festgeschriebenen) Mindeststandards entlohnt werden. Das bezieht sich auf die direkte Bezahlung, die Unterkunft, Verpflegung und die Gesundheitsversorgung. Durch die Voraussetzung demokratischer Strukturen scheiden sowohl von Funktionärscliquen wie von Großgrundbesitzern beherrschte Großbetriebe als Handelspartner aus.

In der Praxis finden sich auch bei Handelspartnern, die sich demokratisch organisiert haben, Trübungen des Ideals; so sind wir unsicher im Umgang mit Kooperativen bzw. Handelsverbänden, die sich von kleinen Bonzen führen zu lassen.

Bei der Einschätzung von Handelspartnern sind wir vor allem auf unseren Mann vor Ort angewiesen.

Weil wir uns in unseren „Ansprüchen“ an die HandelspartnerInnen nicht vom Fairen Handel unterscheiden, müssen die Unterscheidungskriterien in unserer Praxis hier liegen.

Ein Unterscheidungsmerkmal ist dabei die Ablehnung des Handels mit Kaffeekonzerne.

2.2 Gegen die Macht der Kaffeekonzerne

Sich eine selbstverwaltete Struktur zu geben, ist eine explizite Kritik an bestehenden Arbeitsverhältnissen und somit natürlich auch an der Struktur von Konzernen. Die Kritik an diesen macht sich jedoch an einem anderen Punkt fest: Sie werden als mitverantwortlich für die ausbeuterischen Weltmarktstrukturen gesehen, ihre Handelspraxis und ihr politischer Einfluß reproduzieren Abhängigkeit und Fremdbestimmung und richten sich grundsätzlich gegen Versuche individueller und kollektiver Befreiung. Nicht mit diesen Konzernen zusammenzuarbeiten und politisch gegen sie vorzugehen, bedeutet somit gleichzeitig sich gegen die herrschenden (Weltmarkt)strukturen zu richten. Die Konzerne sind Teil des Problems und nicht der Lösung, somit verbietet sich hier die Politik im Stile des fairen Handels, der ja mit Konzernen zusammenarbeitet, denn hier werden Gegensätze verwischt und lediglich Scheinlösungen aufgezeigt.

Außerdem verweist die Praxis des Direktimport, die sich ja gegen die vermachteten Strukturen in Nicaragua richtet, in einer internationalistischen Perspektive auf die Strukturen hier. Wer dort direkt kauft, aber hier mit Akteuren kooperiert, die über große Marktmacht verfügen, macht sich unglaubwürdig. Das Verweigern der Kooperation mit Kaffeekonzerne und die aktive Politik gegen sie sollten unumstößlicher Bestandteil des alternativen Handels bleiben.

Allerdings muß hier noch einige theoretische Arbeit geleistet werden, um einen solchen Standpunkt für die Öffentlichkeit überzeugend zu vertreten. Mit den alten Slogans wie "Gegen die Macht der Kaffeekonzerne" oder "Über Geschmack läßt sich streiten, über Ausbeutung nicht. Am Konzernkaffee klebt Blut" läßt sich kein Blumentopf gewinnen. Dieser Sichtweise liegt ein subjektivistisches Kapitalismusverständnis zugrunde, daß das Kapitalverhältnis als strukturellen Zusammenhang nicht im Blick hat und Ausbeutung und Unterdrückung allein als die bewußte Politik konkreter Akteure begreift. Konsequenterweise müßte somit die Lösung in der Forderung liegen, gegen die Macht der Kaffeekonzerne, gegen Monopole und

Oligopole und für eine Ordnung der vollständigen Konkurrenz einzutreten. Eine absurde Vorstellung, denn die Hauptursache für Elend und Ausbeutung im Kapitalismus ist je gerade nicht in der Marktmacht einzelner Akteure zu suchen, sondern in der Funktionsweise der Marktwirtschaft selber, die alle jene ausschließt, die auf dem Markt nichts anzubieten haben.

Fazit:

Eine wirklich fundierte Kritik an Kaffeekonzernen ist immer noch zu entwickeln. Gleichzeitig geht es in diesem Punkt aber nicht nur um diese Kritik im engeren Sinne. Vielmehr impliziert diese Aussage, daß die Macht- und Herrschaftsverhältnisse in unseren Ländern kritisiert und verändert werden müssen, da sie konstitutiv für die Perpetuierung und Stabilisierung für die Herrschafts- und Ausbeutungsverhältnisse im Weltmaßstab sind⁹. Hier liegt der zentrale Unterschied zur Sichtweise des fairen Handels. Es geht also darum, Macht- und Herrschaftsstrukturen in den Zentren aus der internationalistischen Perspektive heraus (also in ihren Auswirkungen auf die "Dritte Welt") zu analysieren und zu kritisieren. Dieser Anspruch war, ist und bleibt ein, wenn nicht sogar das zentrale Merkmal des politisch-alternativen Handels.

2.3 Gerechtigkeits- statt Gewinnorientierung

In diesen Zusammenhang gehört ein weiteres Prinzip unseres Handels: die fehlende Gewinnorientierung. Es ist von Anfang an ausdrücklich kein Ziel unseres Handels gewesen, Gewinne zu machen und sie uns persönlich oder als Gruppe anzueignen. Statt dessen wird zwar ein Verkauf mit Überschüssen angestrebt, diese haben aber das Ziel, durch Umverteilung einen gerechteren Tausch zu schaffen (siehe Spende, Vorfinanzierung). Dazu ist erst in den letzten Jahren seit schlechten Erfahrungen mit einigen Handelspartnern das Ziel der Eigenkapitalbildung zur Absicherung von Schwankungen im Jahresertrag und bei größeren Ausfällen getreten. Sie dient der langfristigen Sicherung des Handels.

Im Zentrum steht der Leitsatz: "Die Gewinne denen, die den Kaffee anbauen".

Wie wichtig ist dieses Prinzip für den alternativen Handel? Die Bedeutung liegt vor allem im eben schon angedeuteten moralischen Hintergrund. Wir vertreten die Position, daß es besser -

⁹ Die Unterstützung der Contras in Nicaragua durch die Konrad-Adenauer-Stiftung war in diesem Kontext ein besonders plastisch zu vermittelnder Fall. So leicht wird es uns in Zukunft wohl nicht mehr gemacht werden.

im Sinne von gerechter und langfristig auch vorteilhafter für alle - ist, alternativ zu handeln. Ziel ist, den ProduzentInnen eine Wirtschaftsweise zu ermöglichen, die sie nicht zur maximalen Ausbeutung des Bodens und ihrer Arbeitskraft zwingt, sondern ihnen eine „nachhaltige“ Bewirtschaftung und ein Leben jenseits der Verelendung ermöglicht. Da die praktischen Auswirkungen im Vergleich zum Welthandelsvolumen relativ bescheiden sind, ist der Ansatz eher ein symbolischer.

3 Direktimport, Mehrpreis und Vorfinanzierung

3.1 Direktimport

Unter Direktimport wird die Abwicklung des Handels zwischen ProduzentInnen und Vermarktern ohne Einschaltung von Zwischenhändler verstanden. Dabei werden als notwendige Zwischenglieder auf seiten der ProduzentInnen eine Vermarktungskoooperative und bei uns eine Einkaufskoooperative (Mitka) eingeschaltet. Trotz dieser Zwischenglieder behalten aber ProduzentInnen und Vermarkter weitgehenden Einfluß auf den Handel.

Als zentrale Aspekte des Direktimports werden angesehen:

- 1) Die Gewinnabschöpfung durch den Zwischenhandel wird unterbunden. Der Direktimport ist somit einer expliziten Kritik an den vermachteten Abhängigkeitsstrukturen in Nicaragua (coyotes¹⁰) wie auch auf Weltmarktniveau (transnationale Konzerne und Börsenspekulation).
- 2) Wir wissen von welchen Kooperativen der Kaffee kommt, es gibt eine direkte, quasi eine persönliche Beziehung in einem sonst anonymisierten Markt.
- 3) Wir als Käufer und die ProduzentInnen haben Einfluß auf die Lieferverträge. Die Lieferbedingungen sind somit das Ergebnis eines Verständigungsprozesses und werden nicht von einer Seite aufgrund von Machtressourcen diktiert.

Der Direktimport ist die praktische Konsequenz aus der Ablehnung der Macht der Kaffeekonzerne.

"Die wirtschaftliche und damit auch die politische Situation der Länder der sog. "Dritten Welt" wird heute in den Vorstandsetagen multinationaler Konzerne entscheidend mitbestimmt. Sie kontrollieren entweder die Produktion selbst oder zumindest Handelswege

¹⁰ Kaffeeaufkäufer, die sich den Kaffee gegen Zahlung von Niedrigpreisen vor der Ernte sichern.

und Märkte für viele Produkte und sichern sich damit den Hauptanteil der Profite. Dies gilt auch für den Kaffee. Durch den Direktimport wird daran erst mal nichts geändert. Trotzdem halten wir den Direktimport von Nicaragua-Kaffee für einen Ansatz, Nicaragua ein Stück weit bei dem Versuch zu unterstützen, von der Abhängigkeit bestimmter Konzerne loszukommen. Durch die Ausschaltung von Zwischenhändlern (Agenten, Maklern) soll denjenigen mehr Geld zufließen, die den Kaffee produzieren"¹¹.

Ökonomisch gesehen ist Direktimport allerdings nicht zwingend für die ProduzentInnen und für uns von Vorteil, jedenfalls wenn beide Seiten ihre eigenen, möglicherweise nicht effizienten Ex- bzw. Importorganisationen unterhalten. Außerdem ist auch die engere Kommunikation und Kooperation mit Kosten verbunden.

Fazit:

Der Direktimport ist neben dem Mehrpreis das Herzstück des alternativen Handels, denn er versucht ja gerade, das Machtgefälle nicht entstehen zu lassen, das auf dem Weltmarkt zwischen den Vertragspartnern herrscht. Er ist es aber nur dann, wenn er als Absage an vermachtete Strukturen dort und hier interpretiert wird. Bezieht sich der Direktimport lediglich auf die coyotes, dann befinden wir uns mitten im Fairen Handel, denn dieser zeichnet sich ja gerade dadurch aus, daß er lediglich die Verhältnisse dort thematisiert, zu den hiesigen aber schweigt. Als zentraler Aspekt des Direktimports gilt für uns die Möglichkeit der Handelspartner, auf die Vertragsbedingungen Einfluß zu nehmen. Insofern können wir uns auch einen Direktimport unseres Kaffees auch über andere Importorganisationen vorstellen, solange diese Transparenz und Einflußnahme gewährleistet bleibt.

3.2 Mehrpreis

Rekapituliert man die Verwendung des Mehrpreises in den verschiedenen Etappen der Geschichte von el rojito, so lassen sich folgende Phasen unterscheiden.

- In der Anfangszeit des Handels wurde der Mehrpreis direkt an ENCAFE, die staatliche Exportorganisation abgeführt.
- Nachdem das Infobüro Wuppertal das Projekt "Integrierte Regionalentwicklung" La Paz de Tuma begonnen hatte (Bau einer Kaffeeverarbeitungsanlage und entsprechender sozialer

¹¹ Broschüre: "Gegen die Macht der Kaffeekonzerne", 1995, S.25

Infrastruktur), zu dessen Finanzierung überwiegend EG-Gelder verwendet wurden, wurden die Mehrpreiszahlungen im Rahmen dieses Projekts zur (Mit)finanzierung der sozialen Investitionen verwendet.

- Mit der Abwahl der SandinistInnen vielen die staatlichen Partner für eine Zusammenarbeit weg. Wir wollten aber weiter strukturverändernde Kräfte unterstützen. Ein Potential dafür lag unserer Ansicht nach in der LandarbeiterInnengewerkschaft ATC. Sie organisierte die Überführung von ehemaligen staatlichen Kaffeebetrieben in Genossenschaftsbetriebe. Dieses Vorhaben wollten wir durch den Mehrpreis fördern.
- Die Landarbeitergewerkschaft ATC konzentrierte im Kaffeebereich ihre Energie darauf, möglichst viele ehemalige Staatsbetriebe als Kooperativen innerhalb des gemeinwirtschaftlichen AGROCAFE legalisiert zu bekommen und sie nicht den Alteigentümern zu überlassen. Dabei entwickelten sie zentralistische Strukturen und es kam zu Bereicherungen von Funktionären. Wir zogen daraus die Konsequenz auch mit anderen Kooperativenverbänden zu handeln und den Mehrpreis den ProduzentInnen zukommen zu lassen. Zu Beginn gab es hier allerdings immer noch den Anspruch, er müsse irgendwie strukturell wirken und dementsprechend wurden entsprechende Verwendungsnachweise verlangt.

Heute ist der Mehrpreis der Aufschlag von 10 % auf den Weltmarktpreis oder, sollte dieser unter 1,20 \$ / libra sinken, auf diesen Mindestpreis. Frühere Versuche einen Mindestpreis über die Produktionskosten in den Genossenschaftsbetrieben von AGROCAFE zu bestimmen, wurden nicht überzeugend umgesetzt und endeten nach der Verschlechterung der Beziehungen zu diesen Partnern.

Grundsätzlich gilt, daß der Mehrpreis ein konstitutives Element des alternativ-politischen Handels bleiben wird. An ihm lassen sich auch Widersprüche zwischen politischem Anspruch und ökonomischen Notwendigkeiten aufzeigen. Dabei ist (Mit)Bestimmung bei der Verwendung desselben unsererseits und eines Verwendungsnachweises von Seiten der ProduzentInnen zu unterscheiden.

Wenn der Mehrpreis ebenso wie der Grundpreis von den ProduzentInnen "verdient" ist, d.h. er ihnen legitimerweise zusteht, können wir über seine Verwendung nicht (mit)entscheiden. Wenn man eine Mitbestimmung bei der Verwendung des Mehrpreises fordert, dann bevormundet man die Menschen dort, in dem man für sich in Anspruch nimmt, besser über ihre Bedürfnisse bescheid zu wissen als sie selber (Paternalismus). Darüber hinaus (und diese Konsequenz wiegt viel schwerer) gibt man dem Mehrpreis den Charakter einer *freiwilligen*

Sonderleistung. Die ProduzentInnen haben also darauf keinen Anspruch, sondern er stellt ein Almosen dar, das man eben auch verweigern könnte. Die Forderung nach einer Mitbestimmung des Mehrpreises gibt dem Nicht-Mehrpreis (also dem Weltmarktpreis) den Charakter des legitimen und damit des gerechten Preises, denn in dessen Verwendung will man nicht hereinreden. Plötzlich ist also der Weltmarkt und die hier gezahlten Preise gerecht, willkommen im Paradies. Der Mehrpreis ist von den ProduzentInnen verdient und gerade als Kritik an den Preisen gedacht, die auf einem Weltmarkt entstehen, dessen Strukturen wir ablehnen. Konsequenterweise sollten die ProduzentInnen also auch autonom über seine Verwendung entscheiden können.

Gleichzeitig haben wir aber die Verpflichtung, unseren KundInnen gegenüber darzustellen, bei wem die von ihnen gezahlten Gelder angekommen sind und was damit gemacht wurde. Wir stehen in der Verantwortung, dafür zu sorgen, daß alle Aspekte unseres Handels nachvollziehbar und transparent gehandhabt werden.

"Transfair mischt sich in diesen Entscheidungsprozess nicht ein, sondern kontrolliert lediglich, ob die jeweiligen Beschlüsse satzungsgemäß zustandekamen und steht auf Wunsch beratend zu Seite, wenn es mal Schwierigkeiten geben sollte. Der Standpunkt von Transfair ist eindeutig: Wer in harter Arbeit ein Produkt erzeugt, sollte auch frei über die Verwendung der Einnahmen aus Fairem Handel entscheiden. Die Betroffenen wissen schließlich am besten, was sie am dringendsten brauchen"¹².

Was Transfair recht ist, sollte für uns eigentlich selbstverständlich sein.

Trotzdem können uns auch die wirtschaftlichen Innenverhältnisse der HandelspartnerInnen nicht egal sein. Ein erhöhter Vorfinanzierungsbedarf trotz Mehrpreiszahlung kann z.B. auf einen immer noch zu niedrigen Mehrpreis hindeuten, aber auch auf falschen Mitteleinsatz, der die HandelspartnerInnen und uns in der wirtschaftlichen Existenz bedrohen kann. Hier wäre dann eine wirtschaftliche Beratung nötig.

Fazit:

Eine Einflußnahme auf die Mehrpreisverwendung ist strikt abzulehnen. Wenn man meint, daß nur so der alternative Handel zu retten sei, dann ist dieser einzustellen! Dadurch würde der Weltmarktpreis zu einem legitimen Preis, Tschibo machte alles richtig, wozu dann noch handeln.

¹² Broschüre: "Fair gehandelter Kaffee - Wie funktioniert das?", Transfair, September 1996, S.11

Wir sind aber unseren KundInnen eine Berichterstattung über den Mehrpreis schuldig. Nur durch eine Berichterstattung über die Gründe und die Verwendung des Mehrpreises läßt er sich rechtfertigen und kann erzielt und weitergegeben werden.

Wir und unsere HandelspartnerInnen sollten die mit dieser Offenlegung verbundene Transparenz als Chance begreifen. Wir verpflichten uns im Gegenzug auch zu einer vergleichbaren Offenlegung.

3.3 Vorfinanzierung

Die Vorfinanzierung des Kaffees bedeutete, die Rechnungssumme schon dann zu überweisen, wenn die kapitalintensive Zeit der Kaffeebewirtschaftung anfing. Das war früher zumindest die Erntezeit, wenn die Löhne für die ErntearbeiterInnen anfielen.

Sinn der Vorfinanzierung war es, den Kapitalmarkt, sowohl dort als auch hier, auszuschalten. Die ProduzentInnen sollten keine Kredite aufnehmen müssen, um die Zeit bis zur Rechnungsstellung zu überbrücken. Aber auch hier sollten möglichst keine Kredite bei Banken aufgenommen werden, um eben diese Vorfinanzierung zu leisten. Die Last der Vorfinanzierung sollte von den KonsumentInnen direkt getragen werden.

Damit sehen wir im Kriterium Vorfinanzierung eine Parallele zum Direktimport und zum Mehrpreis. Beide sollen den kapitalistischen Markt möglichst weit aus diesem Handel ausklammern.

Die einzelnen fincas zur Zeit der Revolution waren keine wirtschaftlichen Einheiten. Sie wurden einem übergeordnetem Haushalt zugeordnet, aus dem sie ihre laufenden Kosten bestritten. Diese waren übers Jahr gering, da nicht in die Betriebe investiert wurde. Größere Summen fielen also nur zur Erntezeit wegen der Löhne an. Damals gab es keinen nicaraguanischen Kapitalmarkt, über den diese Gelder zwischenfinanziert werden konnten. Die USA hatten eine Blockade verhängt und führten einen unerklärten Krieg. Die Kanäle zum internationalen Kapitalmarkt, aber auch zu Entwicklungshilfegeldern waren weitgehend verschlossen. Das wenige Geld, das da war, wurde in die Verteidigung gesteckt. Voraussetzung für den Handel war also damals die Vorfinanzierung.

Nach dem Regierungswechsel von den Sandinisten zur konservativen Koalition UNO veränderte sich die Situation. Die Betriebe standen mehr oder weniger auf eigenen Beinen. Nach den Jahren der Kriegswirtschaft bestand ein erheblicher Investitionsstau. Die Pflanzen

mußten erneuert werden, Infrastruktur mußte ausgebaut werden. Gleichzeitig waren jetzt auch Gelder verfügbar. Die fincas durften sich verschulden, was sie auch, siehe Soppexca, machten. Jetzt haben wir die Situation, daß die fincas das ganze Jahr über Geld brauchen, um zu investieren und Schulden zu tilgen. Es existiert aber kein Kapitalmarkt, auf dem Produktionskredite zu realistischen Bedingungen, d.h. mit einem Zinssatz, der durch die Produktion erwirtschaftet werden könnte, zu erhalten wären. Deswegen kommen auch die Anfragen nach einer früheren Vorfinanzierung. Die fincas verkaufen außerdem ihren Kaffee immer früher, so daß wir auch in Zugzwang kommen, früher vorzufinanzieren.

Aber auch el rojito muß irgendwo das Geld herbekommen, um den Kaffee zu kaufen und zu verarbeiten, bevor ein Erlös mit dem Verkauf gemacht werden kann. Zur Vorfinanzierung hier hat die MITKA ein großes die Darlehen einer Stiftung erhalten, das langsam zurückbezahlt wird. El rojito hat von etwa 60 DarlehensgeberInnen kleinere und größere Kredite erhalten. Einige verzichten ganz oder z.T. auf die Zinsen. Außerdem gab es die Idee der Vorausbezahlung des Kaffees für ein Jahr durch die KundInnen, das sogenannte Abo. Diese Form hat sich nicht durchgesetzt.

Der Utopie, die Banken auszuschalten sind wir nur insofern näher gekommen, als wir die Banken mit unserer Vorfinanzierung - ein kurzfristiges Darlehen - teilweise ersetzen. Damit können möglicherweise die Handlungsspielräume der ProduzentInnen erweitert werden.

Mit dieser Funktion in Zusammenhang steht Diskussion in der MITKA um die Verzinsung der Vorfinanzierung. Damit sollen einerseits die bei uns anfallenden Vorfinanzierungskosten weitergegeben werden, andererseits soll den HandelspartnerInnen signalisiert werden, daß es sich bei der Vorfinanzierung faktisch um Kredite handelt, die entsprechende Verpflichtungen mit sich bringen. Nach Ansicht von el rojito sollte eine Verzinsung nur eingeführt werden, wenn sie sonst von den importierenden Gruppen nicht aufzubringen ist, und sie sollte die Beschaffungskosten nicht übersteigen.

Die Laufzeit dieses Produktionskredites sollte sich dann möglichst am Bedarf der ProduzentInnen orientieren; da deuten sich längere Laufzeiten an. Diese sind allerdings mit einem erheblichen Risiko für uns verbunden, daß nur durch juristische Absicherung und ständige Begleitung der ProduzentInnen aufgefangen werden könnte.

4 Spende

Solange Nicaragua eine sandinistische Regierung hatte (bis 1990) flossen Spendengelder in die Kaffeeverarbeitungsanlage La Paz de Tuma. Nach Ende der Zusammenarbeit mit ATC/AGROCAFE Mitte der 90er Jahre übernahm die Spende die Funktion, die vorher der Mehrpreis hatte: Sie sollte auch denjenigen DorfbewohnerInnen und Kooperativen zugute kommen, die nicht mit dem Kaffeehandel zu tun haben. Als klar wurde, daß dieses Ziel mit der ATC nicht zu erreichen war, weil die sozialen Projekte (u.a. Frauenklinik) scheiterten, wurde die Spende in andere Projekte des Informationsbüros Nicaragua (Wuppertal) geleitet. Zur Zeit wird damit das Projekt „Fincas en Conflicto“ gefördert. Das sind kleine Gruppen von Landarbeitern, die Land besetzt haben und darum kämpfen, es zu behalten.

Der einstmals mit Spende und Mehrpreis verbundene Anspruch, gesellschaftsverändernde Kräfte zu fördern, ist hier nur noch darüber vorhanden, daß auf dem Weg der kollektiven Organisation und der Beratung die Handlungsmöglichkeiten kleiner, benachteiligter Gruppen gefördert werden sollen.

Dem in der AG3WL diskutierten Argument¹³, daß die Spende nicht zum fairen Handel paßt, weil sie ein Almosen sei, können wir nicht folgen. Aus unserer Sicht ist das Gegenteil richtig: Mit der Unterstützung von Gruppen, die nicht oder nur in sehr begrenztem Umfang für den Export produzieren, ist sie eine notwendige Ergänzung zum Handel mit Kaffee. Auch das rein ökonomische Argument, daß mit der Spende dem alternativen Handel Kapital entzogen würde, das besser in denselben investiert werden sollte, zieht unseres Erachtens nicht: Solange man uns nicht das Gegenteil beweist, gehen wir davon aus, daß die Spende zur Unterscheidung vom konventionellen Handel beiträgt und daher ein wichtiger zusätzlicher Grund ist, unseren Kaffee zu kaufen.

5 Besser Handeln?

El rojito begann vor 12 Jahren seine Arbeit, um politische Veränderungen in Mittelamerika und hier zu erreichen; dort durch Unterstützung gesellschaftsverändernder Organisationen, hier durch Informationsarbeit über imperialistische Politik und Welthandel; wir haben uns dabei immer als Teil einer Bewegung verstanden, die Selbstbestimmung gegen Kapital und Staat einforderte.

¹³ Weltläden aktuell Nr. 72 - Januar 1999

Damals war der Aufbau von Handelsstrukturen, die wir selber gestalten wollten, wesentlich für das gesamte Projekt alternativer Handel. Das hatte zum einen experimentellen Charakter: Wie weit ist ein Handel ohne die Abhängigkeiten und Sachzwänge, die das Einordnen in kapitalistische Strukturen mit sich bringt, möglich? Zum anderen hatte es aber auch einen klar moralischen Aspekt: Wir machen zwar Handel mit einem klassischem Weltmarktprodukt, bleiben dabei aber sauber.

Radikale gesellschaftliche Veränderungen in Nicaragua waren das gemeinsame, greifbare politische Ziel der Sandinisten und Basisorganisationen in Nicaragua und der Solibewegung hier, von der wir ein Teil waren. Diese gemeinsame Basis hat sich nach den Wahlen 1990 in Nicaragua, im Kampf um's Überleben der Kooperativen und den weltpolitischen Verschiebungen nach dem Zerfall des Ostblocks aufgelöst. Von gesellschaftlich sichtbaren Gruppen, die für eine selbstbestimmte Welt kämpfen, war sowohl dort als auch hier nicht mehr viel zu sehen. In der Vernetzung dieser Bewegungen hatten wir bisher einen Großteil unserer politischen Aufgabe gesehen.

Um eine weitergehende Kommunikation mit den HandelspartnerInnen aufrecht zu erhalten, hätten wir die Kontakte intensivieren müssen. Dies ist unterblieben - ob es erfolgreich gewesen wäre, ist auch zweifelhaft: Die Welten sind sehr unterschiedlich und in erster Linie geht es im Verhältnis zwischen den Handelspartner auch beim alternativen Handel um den Tausch Geld gegen Ware.

So kamen wir 98 an den Punkt, die politische Intervention unseres Kaffeehandels in Frage zu stellen. Als Bilanz der daran anschließenden Standortbestimmung können wir festhalten:

- gezielte Gesellschaftsveränderungen in Nicaragua haben wir weder durch Soliarbeit noch durch Handel erreicht - die Auswirkungen des Handels im heutigen, neoliberalen Nicaragua sind aber für unsere Handelspartner und die unterstützten Projekte positiv; langfristige Effekte sind ungewiß
- eine gleichberechtigte und offene Kommunikation haben wir über den Handel nicht erreicht - wohl aber das Wissen voneinander und einen Meinungsaustausch
- ein gemeinsamer Kampf für gemeinsame Ziele findet nicht (mehr) statt; die Menschen in Nicaragua, die nicht zu den Besitzenden und Profiteuren gehören, kämpfen (z.T. gemeinsam) um's Überleben; hier haben sich die meisten trotz Wissens um die Ungerechtigkeit und Zukunftsuntauglichkeit der Verhältnisse damit abgefunden - klar ist, daß die Ansatzpunkte für Veränderungen in den eigenen Ländern liegen

Der Kaffeehandel behält eine Verbindungsfunktion (Geld als Mehrpreis und Spende nach Nicaragua, Information hierher) und eine symbolische Funktion als Kritik an Welthandelsstrukturen.

Wir würden gerne mehr tun und die Erkenntnis gründlicher umsetzen, daß sich die Verhältnisse hier gründlich ändern müssen, aber dazu fehlt uns Kraft und Zeit und - wie wohl den meisten - die Ansatzpunkte.

Wir haben daraus den Schluß gezogen, das weiter zu machen, was wir können: mit Kaffee handeln. Dabei haben wir eine andere Form des Handels entwickelt, der sich nach folgenden Prinzipien richtet:

- * Ein Mitentscheidungsrecht aller Gruppenmitglieder bei uns wie demokratische Strukturen bei unseren Handelspartnern sind ein Ausdruck unseres politischen Verständnisses.
- * Wir importieren den Kaffee direkt. Damit wird die Gewinnabschöpfung durch Zwischenhändler verhindert und eine Kenntnis der Produktionsbedingungen und die Verständigung über Preise und Lieferbedingungen ermöglicht.
- * Kaffeekonzerne sind Exponenten und Gewinner einer ungerechten Welthandelsstruktur, deswegen lehnen wir eine Zusammenarbeit mit ihnen ab.
- * Wir arbeiten nicht gewinnorientiert, sondern wollen einen gerechten Austausch zwischen allen HandelspartnerInnen.
- * Wir zahlen einen Preis, der 10 % über dem Weltmarktpreis oder über einem Mindestpreis liegt. Dieser Mehrpreis ist ein weiterer Ausdruck der Ablehnung des Weltmarktes, über seine Verwendung können die ProduzentInnen frei entscheiden, wir erbitten lediglich Berichte über die Verwendung.
- * Wir bezahlen den Kaffee z.T. vor der Ernte. Die Vorfinanzierung wird von den ProduzentInnen mehr als je zuvor gebraucht, um nicht in eine ausweglose Schuldenfalle zu geraten.
- * Beim Verkauf erbitten wir eine zusätzliche Spende. Sie dient dazu, auch die Menschen bei ihrem Kampf um Land und gegen Marginalisierung zu unterstützen, die keinen Kontakt zur Weltmarktproduktion haben.

Mit unserem Handel wollen zwei Ziele erreichen:

Wir wollen zeigen: Es geht doch! Es ist möglich, umweltfreundlich zu produzieren, auskömmliche Preis zu bezahlen, etwas für die allgemeine Entwicklung zu tun, Export, Import, Verarbeitung (mal abgesehen von Reedereien) ohne Großkonzerne zu betreiben und

trotzdem ein bezahlbares und trinkbares Produkt zu liefern, und das u.a. deshalb, weil nicht Gewinnmaximierung das oberste Ziel ist.

Die Kooperativen sollen weiterhin durch den Handel bessere Überlebenschancen in der Auseinandersetzung mit Privat- und Auslandskapital in Nicaragua haben.

Vom fairen Handel unterscheidet sich unser Ansatz vor allem dadurch, daß auch der Handel in den Importländern hinterfragt, kritisiert und anders betrieben wird. Wer auf diese Kritik verzichtet, unterstützt die ideologische Rechtfertigung der Welt-Markt-Wirtschaft: Es müßten sich nur alle an die Regeln des freien Marktes halten, dann ginge es bald allen gut.

Um weitermachen zu können, muß der Handel professionell betrieben werden. Dazu gehören hier straffe und kostengünstige Abläufe bei Import und Vermarktung, gegenüber den HandelspartnerInnen eine klare Definition von Qualitätsanforderungen und eine Absicherung der Vorfinanzierung, um für uns existenzbedrohende Ausfälle von Kaffeelieferungen wie 1997 zu vermeiden.